

PENGARUH PROMOSI PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MASYARAKAT MEMILIH BANK SYARIAH

(Penelitian Di Masyarakat Desa Singawada RT 01 RW 05 Kecamatan Rajagaluh
Kabupaten Majalengka)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Islam (SE.I) Pada Jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam
Fakultas Syariah



Oleh :

**ENIN NUR'AENI
58320177**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI (IAIN) SYEKH NURJATI
CIREBON
2013**

IKHTISAR

Enin Nur'aeni : Pengaruh Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah (Penelitian Di Masyarakat Desa Singawada Rt 01 Rw 05 Kecamatan Rajagaluh Kabupaten Majalengka)

Kurangnya sosialisasi dan promosi membuat masyarakat memiliki keterbatasan pemahaman mengenai kegiatan operasional bank syariah menjadi kendala dalam pengembangan bank syariah. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya respon masyarakat atau calon nasabah bank syariah di desa singawada ini karena tidak paham mengenai produk jasa yang ditawarkan. Pemahaman masyarakat mengenai perbankan syariah khususnya masyarakat pedesaan yang sangat rendah telah menggerakkan hati penulis untuk mengadakan penelitian serta berusaha untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah. sehingga perbankan syariah bisa lebih memasyarakat khususnya masyarakat muslim.

Oleh karena itu, melalui penelitian ini peneliti mempunyai tujuan untuk untuk mengetahui dan menganalisa promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah dan sejauh mana pengaruh promosi terhadap minat konsumen untuk memilih Bank Syariah, khususnya di daerah Desa Singawada Kecamatan Rajagaluh Kabupaten Majalengka.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat desa Singawada Rt 01/05 dengan jumlah sampel sebanyak 50 orang responden yang diambil secara acak. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket.

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa promosi perbankan syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih bank. Hal ini ditunjukkan melalui uji signifikansi distribusi student diperoleh $t = 2,591$ dan harga t tabel dengan taraf kesalahan sebesar 5% atau tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) diperoleh $= 2,011$ berarti t hitung lebih besar dari t tabel ($2,091 > 2,011$). Artinya terdapat pengaruh positif antara promosi yang dilakukan (X) terhadap minat masyarakat (Y). Dan koefisien determinasi yang disesuaikan (adjusted R^2) adalah 0,104, artinya minat masyarakat terhadap perbankan syariah hanya 10,4% saja yang dipengaruhi oleh promosi, sedangkan 89,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Promosi Perbankan Syariah Dan Minat Masyarakat



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

PENGESAHAN

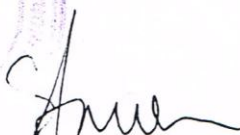
Skripsi berjudul **PENGARUH PROMOSI PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MASYARAKAT MEMILIH BANK SYARIAH (Penelitian Di Masyarakat Desa Singawada RT 01 RW 05 Kecamatan Rajagaluh Kabupaten Majalengka)** Oleh **ENIN NUR'AENI**, NIM. **58320177**, telah diujikan pada Sidang Munaqasah Fakultas Syari'ah IAIN Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 28 juni 2013. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE.Sy) pada Jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam (MEPI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 28 juni 2013

Sidang Munaqasah

Ketua

Merangkap Anggota,


Sri Rokhlinasari, S.E. M.Si
NIP. 19730806 199903 2 003

Sekretaris

Merangkap Anggota,


DR. Aan Jaelani, M.Ag
NIP. 19750601 200501 1 008

Anggota

Penguji I


Diana Djuwita, MM
NIP.19800314 200801 2 018

Penguji II


Ridwan Widagdo, SE.M.SI
NIP.19730304 200710 1 002

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah Swt yang telah memberikan kenikmatan terutama nikmat sehat sehingga penulis masih senantiasa diberikan kreatifitas dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa pula sholawat dan salam senantiasa masih tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad Saw.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini. Yakni sebagai berikut:

1. Bapak Prof. DR. H. Maksum, MA, rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon
2. Bapak DR. Achmad Kholiq, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Ibu Sri Rokhlinasari, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Muamalat Ekonomi Perbankan Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon
4. Bapak Toto Suharto, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I
5. Bapak DR. H. Ujang Syafrudin, M.Ag selaku Dosen Pembimbing II
6. Bapak Emon selaku kepala desa Singawada
7. Ibunda dan ayahanda serta keluarga besarku yang selalu mendukung dan mendoakan yang terbaik kepada penulis.
8. Danny aminudin yang selau mendukung dan selalu memberikan motivasi

Penulis hanya bisa menyandarkan dan meminta do'a semoga Allah Swt melimpahkan rahmat-Nya kepada mereka semua serta membalasnya dengan paha yang berlipat ganda. Amiin...



Penulis menyadari penelitian skripsi ini sarat dengan kekurangan, karena keterbatasan pengalaman dan kemampuan. Untuk itu kritik dan saran yang sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya skripsi ini penulis persembahkan kepada ibunda dan ayahanda tercinta, almamater dan segenap civitas akademika, semoga bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan mendapatkan ridho Allah Swt. Amiin...

Cirebon, 28 Juni 2013

Penulis



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	vii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan	5
D. Manfaat	5
E. Sistematika Penulisan	5
 BAB II LANDASAN TEORITIS	 8
A. Promosi	8
B. Teori Minat	13
1. Pengertian minat	13
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat	15
C. Perbankan Syariah	20
1. Pengertian bank syariah	20
2. Peranan bank syariah	22
3. Prinsip-prinsip dasar operasional bank syariah	25
4. Produk operasional bank syariah	27
5. Dasar hukum perbankan syariah	32
6. Perbedaan bank syariah dengan bank konvensional	35
7. Keunggulan dan kelemahan bank syariah	38
D. Penelitian Terdahulu	40
E. Kerangka Berpikir	42
F. Hipotesis	43



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	44
A.	Metode Penelitian	44
1.	Lokasi dan waktu penelitian	44
2.	Pendekatan dan metode penelitian	44
B.	Variabel Dan Pengukurannya	45
C.	Populasi Dan Sampel	47
D.	Instrumen Pengumpulan Data	48
E.	Pengumpulan Data	48
1.	Metode interview	48
2.	Metode dokumentasi	48
3.	Kuesioner (angket)	49
4.	Metode observasi	49
F.	Jenis Data	49
1.	Data primer	49
2.	Data sekunder	49
G.	Uji Instrumen	50
1.	Validitas	50
2.	Reliabilitas	53
H.	Teknik Analisis Data	55
1.	Konversi data	57
2.	Uji normalitas	58
3.	Uji korelasi	59
4.	Uji regresi	60
5.	Kontribusi/koeffisien determinasi	61
6.	Uji t	62
BAB IV	PEMBAHASAN	63
A.	Profil Desa Singawada	63
1.	Sejarah berdirinya desa singawada	63
2.	Letak geografis	65
3.	Sarana dan prasarana	65



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

4. Kondisi masyarakat	68
B. Gambaran Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat.....	71
1. Gambaran promosi (X).....	71
2. Gambaran minat masyarakat (Y).....	83
C. Uji Asumsi Klasik	92
1. Uji normalitas	92
2. Uji multikolinearitas	92
3. Uji autokorelasi	92
D. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	93
1. Mengkonversi data	93
2. Uji korelasi	94
3. Kontribusi/koeffisien determinasi	95
4. Uji signifikansi	96
5. Persamaan model regresi	97
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	98
F. Analisis Ekonomi	100
BAB V PENUTUP	102
A. Simpulan	102
B. Saran	103

DAFTAR PUSTAKA



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Istilah Bank Islam atau Bank Syariah merupakan fenomena baru dalam dunia ekonomi modern, kemunculannya seiring dengan upaya gencar yang dilakukan oleh para pakar Islam dalam mendukung ekonomi Islam yang diyakini akan mampu mengganti dan memperbaiki sistem ekonomi konvensional yang berbasis pada bunga. Sistem Bank Syariah menerapkan sistem bebas bunga (*interest free*) dalam operasionalnya, dan karena itu rumusan yang paling lazim untuk mendefinisikan Bank Syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam dengan mengacu kepada Al Qur'an dan Hadist sebagai landasan dasar hukum dan operasional. (Karmen P dan M.S Antonio, 1992)

Perkembangan perbankan syariah telah memberi pengaruh luas terhadap upaya perbaikan ekonomi umat dan kesadaran baru untuk mengadopsi dan ekspansi lembaga keuangan Islam. Krisis perbankan yang terjadi sejak tahun 1997 telah membuktikan bahwa bank yang beroperasi dengan prinsip syariah dapat bertahan ditengah gejolak nilai tukar dan tingkat suku bunga yang tinggi. Kesadaran ini didukung oleh karakteristik kegiatan usaha bank syariah yang melarang bunga konvensional, dan pemberlakuan nisbah bagi hasil sebagai pengganti serta melarang transaksi keuangan yang

bersifat spekulatif (al Gharar) dan tanpa didasarkan pada kegiatan usaha yang riil (Karem, 2003).

Indonesia adalah sebuah negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia. Dari sisi ini patut menjadi potensi asset yang kuat jika dibarengi dengan kualitas sumber daya insani yang memadai. Sayang sekali potensi kependudukan yang begitu besar ternyata tidak secara otomatis memuluskan pelaksanaan sosialisasi perbankan syariah. Mayoritas masyarakat muslim masih buta tentang Bank Syariah termasuk juga para akademisi, professional, dan bahkan ulama. (Sholahuddin, 2001).

Begitu juga fenomena – fenomena yang terjadi di Desa Singawada Kecamatan Rajagaluh Kabupaten Majalengka ini memiliki keterbatasan pemahaman mengenai kegiatan operasional bank syariah sehingga menjadi kendala dalam pengembangan bank syariah di kawasan tersebut. Masyarakat pada umumnya memiliki pengalaman yang luas dibidang perbankan yang berbasis konvensional dan sedikit atau belum memahami produk, mekanisme, sistem, dan seluk – beluk bank syariah. Masyarakat juga banyak yang masih bertanya – tanya apakah bank – bank syariah dijamin oleh pemerintah atau tidak, karena mereka beranggapan yang namanya bank syariah tidak dijamin oleh pemerintah. Selain itu juga, unit bank syariah masih terlalu sedikit jika dibandingkan dengan bank konvensional sehingga masih banyak masyarakat yang belum begitu mengetahui atau paham mengenai produk jasa yang ditawarkan, mekanisme, sistem, dan seluk – beluk bank syariah.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Berdasarkan respon calon nasabah ataupun nasabah yang ada di masyarakat desa Singawada menunjukkan bahwa bank syariah belum melakukan sosialisasi dan promosi secara maksimal kepada para masyarakat atau para nasabahnya, sehingga masih banyak masyarakat atau para nasabahnya yang belum memahami benar atas produk jasa yang ditawarkan, mekanisme, sistem dan seluk – beluk bank syariah. Kelemahan – kelemahan ini dapat mempengaruhi masyarakat atau para nasabahnya dalam proses pengambilan keputusan untuk menabung di Bank – Bank Syariah khususnya di Desa Singawada ini.

Berdasarkan fenomena di atas, maka Bank – Bank Syariah khususnya yang berada di kawasan Rajagaluh ini dituntut untuk menjalankan peran dan fungsi strategis mensosialisasikan perbankan dan keuangan syariah kepada masyarakat atau para nasabahnya dengan maksimal. Oleh karena itu, Bank Syariah perlu melakukan promosi kepada masyarakat dengan maksimal agar masyarakat dapat memahami dengan baik atas produk jasa yang ditawarkannya sehingga akhirnya masyarakat tersebut mengambil keputusan untuk menabung di Bank – Bank Syariah.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Dalam persaingan yang begitu ketat, perusahaan tidak hanya dapat mengandalkan peningkatan mutu dan pengembangan produk jasa semata, walaupun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mengetahuinya dan tidak yakin kalau produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Produk yang dihasilkan oleh



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

perusahaan agar dapat dikenal dengan baik dan akhirnya dibeli oleh konsumen, maka perusahaan perlu melakukan kegiatan promosi, yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, penjualan probadi, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung.

Pemasaran modern menuntut lebih dari sekedar produk yang baik, memberikan harga yang menarik, dan menyediakan bagi pelanggan yang dituju. Perusahaan juga harus bersosialisasi dengan pelanggan lama maupun calon pelanggan, dan sosialisasinya tidak boleh bersifat serampangan. Sosialisasi agar efektif, maka pemasar harus memahami bagaimana sosialisasi berjalan. Proses sosialisasi harus dimulai dengan memeriksa semua potensi yang dapat membuat pelanggan target berinteraksi dengan produk atau perusahaan.

Promosi dapat memberikan peluang yang besar terhadap kepentingan kedua belah pihak yaitu produsen (Bank Syariah) dan konsumen (nasabah). Bank berkepentingan produk yang ditawarkannya dapat diketahui oleh konsumen melalui promosi yang dilakukannya sedangkan para konsumen atau nasabah dapat mengetahui jenis produk yang sesuai dengan kebutuhannya melalui promosi yang dilakukan bank. Sehingga dapat terlihat jelas pentingnya peranan promosi dalam mempengaruhi keputusan yang akan dibuat oleh para nasabah untuk memilih Bank Syariah.

Berdasarkan dari latar belakang yang peneliti paparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut dengan judul “*PENGARUH*



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

PROMOSI PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MASYARAKAT MEMILIH BANK SYARIAH”.

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana promosi yang dilakukan oleh perbankan syariah terhadap masyarakat di desa singawada?
- b. Bagaimana pengaruh promosi perbankan syariah terhadap minat nasabah dalam memilih bank syariah ?

C. TUJUAN

Tujuan penelitian adalah :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisa promosi yang dilakukan Bank Syariah.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh promosi terhadap minat konsumen untuk memilih Bank Syariah.

D. MANFAAT

1. Bagi Masyarakat

- a. Supaya masyarakat mengetahui sistem kerja dan produk jasa yang ada dalam bank syariah
- b. Sebagai bahan pertimbangan masyarakat untuk lebih memilih perbankan syariah.

2. Bagi Institut Agama Islam Negeri

Temuan yang akan didapatkan dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan di bidang teoritis maupun praktis yang berkaitan dengan perkembangan dunia perbankan syariah di Indonesia.

3. Bagi Peneliti

- a. Sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh.
- b. Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam menganalisis serta memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat.
- c. Sebagai sarana untuk menambah wawasan peneliti terutama yang berhubungan dengan bidang kajian yang ditekuni selama ini.

E. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan untuk lebih mempermudah dan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai isi skripsi ini dengan susunan yang sistematis dan komprehensif, antara lain :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan secara singkat latar belakang masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori sebagai penjabaran teori-teori yang mendukung perumusan hipotesis. Selain itu, bab ini juga berisi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian penulis, kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN



Bab ini membahas mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi yang meliputi antara lain: variabel penelitian dan definisi operasional, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan dibahas mengenai gambaran umum perusahaan, gambaran umum responden, analisis data serta pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan-kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian dan saran-saran sebagai masukan bagi penelitian selanjutnya.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad syafi'i. 2001. *Bank Syariah Dari teori ke Praktek*. Penerbit Gema Insani Press: Jakarta
- Arikunto Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta : Jakarta .
- Buono Agung Nugroho. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Andi :Yogyakarta
- Chaplin. 1989. *Kamus Lengkap Psychology*. Penerbit CV. Rajawali: Jakarta
- Djalali. 2007. *Psikologi Pendidikan*. Penerbit Bumi Aksara: Jakarta
- Gitosudarmo, indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Keenam, Penerbit BPFE: Yogyakarta.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia : Bogor.
- Hurriyati, Ratih, 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen Fokus Pada Konsumen Kartu Kredit Perbankan*. Penerbit Alfabeta : Bandung.
- Karnaen A. Perwaatmadja, 2005. *Membumikan Ekonomi Islam di Indonesia, dalam Sofiniyah Ghuftron (Penyunting) Briefcase Book Edukasi Profesional Syari'ah, Konsep dan Implementasi Bank Syari'ah*. cet. 1. Penerbit Renaisan: Jakarta
- Koentjaraningrat. 1990. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*, alih bahasa AB Susanto, Buku Dua, Penerbit Salemba Empat: Jakarka
- Kotler dan Amstrong, 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga : Jakarta.
- Mangkunegara, Anwar Prabu, 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Penerbit PT Revika Aditama : Bandung.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

- Muhammad, 2005. Manajemen Bank Syariah. Edisi Revisi. Penerbit UPP AMP YKPN : Yogyakarta.
- Nazir, Moh, 2000. Metode Penelitian, Penerbit Ghalia Indo : Jakarta
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo. 2002. Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta: BPFE.
- Muh. Zuhri, Dr., 1997, Riba dalam Al – Quran dan Masalah Perbankan. Raja Grafi IAIN Walisongo : Press Jakarta
- Prasetijo, Ristiyanti, dan John, J.O.I. Ihalauw, 2005. Perilaku Konsumen. Penerbit Andi : Yogyakarta.
- Ridwan dan Sunarto. 2007. Pengantar statistika untuk penelitian sosial ekonomi, komunikasi dan bisnis. Alfabeta :Bandung
- Singarimbun, Masri. 1989. “Metode dan Proses Penelitian”, dalam Masri Singarimbun dan Sofian Efendi (eds.) Metode Penelitian Survei. LP3ES :Jakarta.
- Sudjana, 1986. Metode Statistika, Penerbit Transito : Bandung.
- Sugiono, 2000. Metode Penelitian Bisnis, cetakan Kedua, Penerbit CV. Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono 2005. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Ketujuh. CV. Alfabeta : Bandung.
- Sumarwan, Ujang, 2004. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Penerbit Ghalia Indonesia : Bogor.
- Sunarto, 2006. Prinsip-prinsip Pemasaran, Cetakan Kesatu, Penerbit UST Press : Yogyakarta.
- Tjiptono, fandy. 2004. Strategi Pemasaran, Edisi kedua, Penerbit Andi : Yogyakarta
- Winarno Surakhmad. 1982. Pengantar Ilmiah Dasar Metode Teknik. Tarsito : Bandung.